



Qualität von Schweizer Informationsmedien im Zeitverlauf

Vogler, Daniel ; Eisenegger, Mark ; Schneider, Jörg ; Hauser, Lucie ; Udris, Linards

Abstract: Medien übernehmen eine zentrale Rolle für die Gesellschaft. Sie stellen Öffentlichkeit her, lenken die Aufmerksamkeit des Publikums und ermöglichen im Idealfall eine kritische Reflexion über wichtige politische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Probleme. Der digitale Strukturwandel der Öffentlichkeit setzt das Schweizer Medienwesen jedoch zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist es entscheidend zu analysieren, inwiefern Informationsmedien – gerade in Zeiten des Umbruchs – ihrer publizistischen Verantwortung nachkommen und die Bürger mit ausreichender Berichterstattungsqualität versorgen. Diese Studie zeigt, wie sich die Berichterstattungsqualität von insgesamt 64 Schweizer Medien im Zeitraum zwischen 2015 und 2018 verändert hat. Gesamthaft betrachtet verlieren die untersuchten Angebote trotz anhaltender struktureller Medienkrise nur leicht an Qualität, und nicht alle Qualitätsdimensionen sind gleichermassen betroffen. Professionelle, journalistische Standards wie beispielsweise ein sachlicher Berichterstattungsstil, ein substantieller Anteil an redaktioneller Eigenleistung sowie das Transparentmachen von Quellen bleiben über die Jahre hinweg auf hohem Niveau. Das ist ein wichtiger Befund, weil eine hohe Professionalität im Informationsjournalismus vertrauensbildend aufseiten des Publikums wirkt. Im Gegenzug verlieren die untersuchten Angebote bei der Relevanz und speziell bei der Vielfalt an Qualität. Auch in den Bereichen Einordnungsleistung, Beitragsrelevanz und inhaltliche Vielfalt zeigen sich signifikante Einbussen. Vor allem die erklärende, Hintergründe vermittelnde Politikberichterstattung hat über die Jahre deutlich abgenommen. Zudem gewinnen Softnews an Bedeutung, und innerhalb des Hardnewsbereichs findet eine Verschiebung des Berichterstattungsfokus von gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen hin zu einer stärkeren Fokussierung auf Personen statt.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-177526>

Scientific Publication in Electronic Form

Published Version



The following work is licensed under a Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License.

Originally published at:

Vogler, Daniel; Eisenegger, Mark; Schneider, Jörg; Hauser, Lucie; Udris, Linards (2019). Qualität von Schweizer Informationsmedien im Zeitverlauf. Zürich: Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög).

Qualität der Medien

Qualität von Schweizer Informationsmedien im Zeitverlauf

Schweiz Suisse Svizzera

Diese Studie erscheint als frei zugängliches PDF und ist zugleich Bestandteil des *Jahrbuch Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera, 2019*, das vom fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich herausgegeben wird. Das Jahrbuch und die Studien stehen zum freien Download bereit unter: www.qualitaet-der-medien.ch.

Copyright © fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich
Gesamtherstellung: fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich
DOI: 10.5167/uzh-172860

www.foeg.uzh.ch
www.qualitaet-der-medien.ch

Studien

5/2019

Qualität der Medien

Schweiz – Suisse – Svizzera

Qualität von Schweizer Informationsmedien im Zeitverlauf

Daniel Vogler, Mark Eisenegger, Jörg Schneider, Lucie Hauser, Linards Udris

Herausgegeben vom

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich
im Auftrag der Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität, Zürich

Über die Autoren



Daniel Vogler, lic. phil. (1982). Studium der Publizistikwissenschaft, Politikwissenschaft und Volkskunde. Assistent in der Abteilung von Prof. Dr. Mark Eisenegger am IKMZ (Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich), und Wissenschaftlicher Mitarbeiter am fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich. *Schwerpunkte:* Reputationsforschung, Krisenkommunikation, CSR, Hochschulkommunikation, Medienstrukturen, Social Media.



Mark Eisenegger, Prof. Dr. (1965). Ordentlicher Professor am IKMZ (Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich), Institutsleiter des fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich und Präsident der Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität. *Schwerpunkte:* Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit, Qualität der Medien, Organisationskommunikation.



Lucie Hauser, lic. phil. (1980). Studium der Publizistikwissenschaft, Soziologie und Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Wissenschaftliche Mitarbeiterin am fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich. *Schwerpunkte:* Medienqualitätsforschung, Projektleitung Jahrbuch Qualität der Medien.



Jörg Schneider, M.A. (1971). Studium der Soziologie, Germanistik und Medienwissenschaft. Selbstständiger Sozial- und Marktforscher, Dozent für Forschungsmethoden und externer Mitarbeiter des fög – Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich. *Schwerpunkte:* Reputationsforschung, Stakeholder-Befragungen, Datenanalysen.



Linards Udris, Dr. phil. (1977). Studium der Allgemeinen Geschichte, Englischen Sprachwissenschaft und Soziologie, Promotion in Soziologie. Oberassistent in der Abteilung von Prof. Dr. Mark Eisenegger am IKMZ (Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich) und Wissenschaftlicher Mitarbeiter am fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich. *Schwerpunkte:* Öffentlichkeitssoziologie, Politische Kommunikation, sozialer Wandel, Qualität der Medien.

Summary

Medien übernehmen eine zentrale Rolle für die Gesellschaft. Sie stellen Öffentlichkeit her, lenken die Aufmerksamkeit des Publikums und ermöglichen im Idealfall eine kritische Reflexion über wichtige politische, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Probleme. Der digitale Strukturwandel der Öffentlichkeit setzt das Schweizer Medienwesen jedoch zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist es entscheidend, zu analysieren, inwiefern Informationsmedien – gerade in Zeiten des Umbruchs – ihrer publizistischen Verantwortung nachkommen und die Bürger mit ausreichender Berichterstattungsqualität versorgen. Diese Studie zeigt, wie sich die Berichterstattungsqualität von insgesamt 64 Schweizer Medien im Zeitraum zwischen 2015 und 2018 verändert hat. Gesamthaft betrachtet verlieren die untersuchten Angebote trotz anhaltender struktureller Medienkrise nur leicht an Qualität und nicht alle Qualitätsdimensionen sind gleichermassen betroffen. Professionelle, journalistische Standards wie beispielsweise ein sachlicher Berichterstattungsstil, ein substantieller Anteil an redaktioneller Eigenleistung sowie das Transparentmachen von Quellen bleiben über die Jahre hinweg auf hohem Niveau. Das ist ein wichtiger Befund, weil eine hohe Professionalität im Informationsjournalismus vertrauensbildend aufseiten des Publikums wirkt. Im Gegenzug verlieren die untersuchten Angebote bei der Relevanz und speziell bei der Vielfalt an Qualität. Auch in den Bereichen Einordnungsleistung, Beitragsrelevanz und inhaltliche Vielfalt zeigen sich signifikante Einbussen. Vor allem die erklärende, Hintergründe vermittelnde Politikberichterstattung hat über die Jahre deutlich abgenommen. Zudem gewinnen Softnews an Bedeutung und innerhalb des Hardnewsbereichs findet eine Verschiebung des Berichterstattungsfokus von gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen hin zu einer stärkeren Fokussierung auf Personen statt.

1 Einleitung

Das fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich untersucht seit über 10 Jahren die Berichterstattungsqualität von Schweizer Informationsmedien; seit 2015 in einem ausgeweiteten Sample von 66 Titeln, das repräsentativ für die wichtigsten Medientypen und die drei grossen Sprachregionen der Schweiz ist. Das Qualitätsverständnis des fög basiert auf normativen Grundannahmen, denen zufolge Informationsmedien für die demokratische Gesellschaft eine zentrale Funktion übernehmen (vgl. Imhof 2011; fög 2015; Rössler 2007). Sie stellen Öffentlichkeit überhaupt erst her und als Seismografen für gesellschaftlich aufkeimende Probleme sollen sie der Abwägung unterschiedlicher Standpunkte dienen. Damit übernehmen sie erstens eine sogenannte Forumsfunktion. Zweitens üben Medien eine Kontrollfunktion aus, indem sie die rechtsstaatlichen Institutionen sowie die Machttäger der Gesellschaft überwachen und sie zur Legitimation ihrer Entscheidungen

anhalten sollen. Drittens sollen sie über die Integrationsfunktion gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen und auch Minderheitspositionen Gehör verschaffen (Jarren 2002; Kleinen-von Königslöw 2010).

Medienorganisationen sollen aus einer normativen Perspektive also eine möglichst hohe Qualität des öffentlichen Diskurses gewährleisten. Sowohl in der Medienpraxis als auch in der Medienwissenschaft besteht deshalb ein breiter Konsens darüber, dass Informationsmedien eine wichtige Rolle für die Gesellschaft übernehmen. Dennoch variieren die Vorstellungen darüber, was die Qualität eines Nachrichtenangebots ausmacht. Das hat auch damit zu tun, dass Medien sich in zwei Märkten gleichzeitig bewähren müssen. Einerseits sehen sie sich mit publizistischen Leistungserwartungen für die Gesamtgesellschaft und die Demokratie konfrontiert, andererseits müssen sie auch rentabel wirtschaften und Effizienzgesichtspunkte berücksichtigen. Diese doppelte Logik mani-

festiert sich in unterschiedlichen Qualitätsverständnissen. Während in der Wissenschaft, in den Leitbildern der Presseräte und Ombudsstellen oder in den Leistungsanforderungen an öffentliche Rundfunkmedien vor allem das publizistisch-demokratische Qualitätsverständnis betont wird, machen sich Medienmanager der Privatwirtschaft auch für marktlich orientierte Qualitätsverständnisse stark, wonach letztlich all das «Qualität» ist, was eine Nachfrage am Markt findet.

Dem normativen, demokratietheoretischen Qualitätsverständnis, welches der Qualitätsanalyse des fög zugrunde liegt, wird also häufig ein marktorientiertes Verständnis von Qualität gegenübergestellt. In Letzterem stehen die Mediennutzerinnen und -nutzer mit ihren spezifischen Präferenzen im Vordergrund. In der Theorie wird davon ausgegangen, dass die Nachfrage das Angebot steuert. Aus ökonomischer Sicht kann es demnach ein Qualitätsmerkmal sein, seinem Publikum das zu servieren, was es gerne haben möchte, seien es ausführliche Hintergrundgeschichten oder attraktive Boulevardstorys. Diese reine Marktlogik berücksichtigt jedoch nicht, dass es «das Publikum» im Grunde nicht gibt und der einzelne Nutzer unterschiedliche Rollen einnehmen kann, wenn er die Nachrichtenqualität beurteilt. Ökonomisch betrachtet ist er Konsument, politisch gesehen ist er Wähler und Bürger. Je nach Rolle können und müssen sich die Ansprüche an Medienqualität ändern (Neuberger 2011; Meyen und Jandura 2011).

Eine zweijährlich durchgeführte Studie, welche die Qualitätswahrnehmung des Publikums abfragt und diese mit den Qualitätswerten der am fög durchgeführten Inhaltsanalyse vergleicht, kommt zum Schluss, dass die Nutzerinnen und Nutzer bei ihrer Bewertung durchaus einen normativen Qualitätsmassstab anwenden. So korreliert die global abgefragte Qualitätswahrnehmung stark mit den Ergebnissen der Inhaltsanalyse. Angebote, deren Berichterstattungsqualität vergleichsweise hoch ausfällt, wie beispielsweise die NZZ oder das Echo der Zeit von SRF werden auch von den Befragten als qualitativ hochwertig eingeschätzt (Stifterverein Medienqualität Schweiz 2018). Das Publikum scheint also seine Einschätzung der Qualität eines journalistischen Angebots vor allem in seiner Rolle

als Staatsbürger vorzunehmen.

Ein Qualitätsverständnis, das sich aus demokratietheoretischen Überlegungen ableiten lässt, bildet die Basis für zahlreiche medienwissenschaftliche Studien. Jedoch sind die meisten Inhaltsanalysen punktuell angelegt. Das heisst, sie widmen sich einzelnen Mediengattungen oder einzelnen Medientypen wie beispielsweise dem Fernsehen (Fahr 2001; Trebbe und Woelke 2011), der Presse (Umbricht und Esser 2016; Udris und Lucht 2014; Meyen 2015), den Boulevardzeitungen (Rooney 2000) oder den Qualitätszeitungen (Landmeier und Daschmann 2011) oder sie konzentrieren sich auf eingeschränkte thematische Felder wie die Politikberichterstattung (Dunaway 2008; de Vreese et al. 2017). Darüber hinaus wird in der Regel nur auf eine Facette von Qualität fokussiert. So gibt es zahlreiche Studien, welche sich mit Vielfalt (Rössler 2007; Zerback 2013; Humprecht und Esser 2017), mit Objektivität (Neuberger 1996; Schudson 2001) oder mit Deliberation (Wessler 2008) auseinandersetzen. Integrative Konzepte, welche die Qualität eines Angebots als Zusammenspiel verschiedener relevanter Dimensionen verstehen (Arnold 2008; Engesser 2013; Gurevitch und Blumler 1990; McQuail 1992; Schatz und Schulz 1992) und die verschiedenen Mediengattungen im Vergleich betrachten, sind selten und fokussieren zumeist auf einen einzigen Messzeitpunkt, können also keine zeitlichen Veränderungen messen (Seethaler 2015).

Dies ist wohl dem Umstand geschuldet, dass die Entwicklung eines umfassenden Qualitätsmessinstruments anspruchsvoll, ressourcenintensiv und teuer ist und im Rahmen von Einzelprojekten kaum leistbar ist. Ein solches muss theoretisch begründbare Qualitätsdimensionen samt eindeutigen Leistungsindikatoren definieren. Darüber hinaus muss es über die gesamte Themenpalette und über verschiedene Mediengattungen und Medientypen hinweg anwendbar sein. Ein Qualitätsverständnis, das auf die demokratischen Leistungsfunktionen abstellt, macht es demnach erforderlich, alle Medien nach demselben Standard zu bewerten. Denn ein Medium mag marktlich zwar erfolgreich sein, aber dennoch keinen oder nur einen bescheidenen Beitrag zum demokratischen Gemeinwesen beisteuern. Kurzum: Nicht alles, was der Markt belohnt, ist auch demokratiepolitisch erwünscht. Ziel des Jahr-

buchs Qualität der Medien war und ist es deshalb, ein demokratietheoretisch fundiertes Instrument zu entwickeln und auf alle wichtigen Medientypen anzuwenden. Nach mehreren Ausbausritten liegt seit 2015 ein sehr umfangreiches, über die Zeit stabiles Mediensample vor. Dieses bildet die Basis für das sogenannte Qualitätsscoring (vgl. Kapitel 2.2) und erlaubt es, die journalistische Qualität der Schweizer Medienarena systematisch und über die Zeit zu erforschen.

Die Studie kann demnach zeigen, wie sich die Berichterstattungsqualität zwischen den Mediengattungen und Medientypen, die jeweils andere strukturelle Voraussetzungen haben, unterscheidet und wie sie sich vor dem Hintergrund der strukturellen Krise des Informationsjournalismus entwickelt hat. Sie liefert zudem Antworten darauf, ob der aktuell in Teilen der Medienbranche und Gesellschaft diskutierte Verlust an Medienqualität zutrifft und worauf allfällige Verschlechterungen zurückzuführen sind.

2 Methode

Leitend für die Qualitätsmessung sind vier Dimensionen: Relevanz, Einordnungsleistung, Professionalität und Vielfalt. Sie alle tragen zur Gesamtqualität eines Informationsangebots bei. Diese Dimensionen lassen sich wie erwähnt aus den Leistungsfunktionen öffentlicher Kommunikation ableiten und sind ebenso für die Leitbilder und Verhaltenskodizes der journalistischen Praxis (z.B. des Presserates) massgebend. Die Berichterstattungsqualität der untersuchten Medien wird anhand einer manuellen Inhaltsanalyse überprüft. Das Ziel der Inhaltsanalyse ist, zu prüfen, inwieweit die Berichterstattung eines Medientitels den vier genannten Qualitätsdimensionen genügt.

2.1 Grundgesamtheit

Diese Studie basiert auf dem Mediensample des Jahrbuchs Qualität der Medien. Dieses ist repräsentativ für die Informationsmedien der verschiedenen Medientypen und Sprachregionen. Berücksichtigt werden Informationsangebote in der Schweiz, die, gemessen an ihrer Reichweite, mindestens 0,5% der sprachregionalen Bevölkerung abdecken. Aus den rund 160 Titeln, welche diesem Kriterium entsprechen, werden in der

Regel mindestens die bedeutendsten 50% pro Sprachregion und Medientyp für die Qualitätsanalyse ausgewählt. Damit umfasste das Sample in den vergangenen Jahren stets mindestens 60 Schweizer Informationsmedien.

Die Untersuchungseinheit bilden alle Beiträge der Gesamtausgabe bei den Zeitungen, alle Beiträge der Einstiegsseiten bei den Newssites und alle Beiträge einer Nachrichtensendung bei den Rundfunksendern. Aus dieser Grundgesamtheit der Beiträge wird für alle Untersuchungsjahre pro Medientitel eine künstliche Woche ausgewählt. Die Stichprobengrösse zielt darauf ab, für die einzelnen Medientitel eine Fehlertoleranz von rund 5% bei einem Vertrauensniveau von 95% nicht zu überschreiten. Die Stichproben der vier Untersuchungsjahre basieren auf insgesamt 100'498 inhaltsanalytisch bearbeiteten Beiträgen.

Die vorliegende Studie fokussiert auf die Untersuchungsjahre 2015 bis 2018. Für diesen Zeitraum wurden jene 64 Medienangebote berücksichtigt, für die mindestens drei von vier Jahren erhoben wurden. Die gedruckten Ausgaben von Le Matin und L'Express wurden im Sample belassen, obwohl für 2018 keine Messung mehr vorgenommen werden konnte. Das St. Galler Tagblatt wurde trotz fehlendem Messpunkt im Jahr 2015 mitberücksichtigt. Dadurch konnten 253 sogenannte Medienqualitätsjahre ausgewertet werden. Der Untersuchungszeitraum von 2015 bis 2018 wurde gewählt, weil dadurch eine Aussage zur Qualitätsentwicklung aller relevanten Medientypen möglich ist. Dieses Vorgehen wurde gegenüber einer längeren Zeitreihe ab 2011, dafür mit weniger Medientypen und Medientiteln, bevorzugt.

2.2 Qualitätsscoring

Um die Qualität der Schweizer Informationsmedien vergleichen und analysieren zu können, wurde ein Messverfahren entwickelt, das die vier Qualitätsdimensionen Relevanz, Vielfalt, Einordnungsleistung und Professionalität quantifiziert. Die Datenerfassung (Inhaltsanalyse) wird von geschulten Codierern nach klar festgelegten Konventionen vorgenommen. Die Validität der inhaltsanalytischen Messung wird mit regelmässigen Intersubjektivierungstests geprüft. Insgesamt konnten für alle Jahre zufriedenstellende Werte für das Konvergenzmass Krippendorff Alpha, welches

Aussagen zur Güte der Codierungen zulässt, gemessen werden (für weitere Information zur Erhebung vgl. Kapitel «Methodik»; fög 2019). Für jede der vier Qualitätsdimensionen werden mehrere Qualitätsindikatoren codiert und in Form eines Punktesystems gescort. Jeder Medientitel erzielt pro Qualitätsdimension einen Qualitätsscore, der sich auf einer Skala zwischen den Werten 0 und 10 bewegt. Der Mittelwert aus den Qualitätsscores der vier Dimensionen bildet den Gesamtscore für die Qualität der einzelnen Medientitel. Die Dimensionen und Indikatoren des Qualitätsscorings werden, soweit es zum Verständnis dieser Studie notwendig ist, nachfolgend dargestellt. Weitere Informationen zur Methode des Qualitätsscorings finden sich in den Jahrbüchern des fög (vgl. fög 2015, 2018).

Relevanz

Die Dimension der Relevanz speist sich aus den Indikatoren Beitragsrelevanz und Akteursrelevanz. Die Beitragsrelevanz ist gegeben, wenn über die wichtigen Gesellschaftsbereiche Politik, Wirtschaft und Kultur (inklusive Kunst, Medien, Religion, Wissenschaft) in ausreichendem Mass berichtet wird. Innerhalb dieser Hardnews-kategorien wird Politik etwas stärker gewichtet. Sport und Human Interest erhalten weniger Gewicht, wobei Sport aufgrund seines Beitrags zur Integrationsfunktion stärker gewichtet wird. Die Akteursrelevanz erfasst, ob Ereignisse auf der Makroebene (Gesellschaft, institutionelle Zusammenhänge), der Mesoebene (Organisationen, Institutionen) oder der Mikroebene (Personen) thematisiert werden. Die höchste Relevanz haben Beiträge auf der Makroebene. Von mittlerer Relevanz sind Beiträge mit Fokus auf die Mesoebene. In Beiträgen mit Fokus auf die Mikroebene wird zwischen rollennahen und rollenfernen, privaten Kontexten unterschieden. Während bei einer rollennahen Personalisierung eine vergleichsweise gute Qualität vorliegt, weil Personen als Repräsentanten übergeordneter Einheiten dargestellt werden, besitzen rollenferne Thematisierungen aufgrund ihrer Tendenz zur privatisierenden Berichterstattung die geringste Qualität.

Einordnungsleistung

Die Dimension der Einordnungsleistung speist sich

aus den Indikatoren Themenorientierung und Interpretationsleistung. Themenorientierung erfasst, inwieweit ein Beitrag eine thematische Einordnung der Geschehnisse vornimmt. Hohe Qualität kann jenen Beiträgen bescheinigt werden, die Hintergründe zu Ereignissen oder Ereignisketten aufzeigen, Zusammenhänge umfassend darstellen und erklären sowie drängende Problemlagen beschreiben bzw. enthüllen. Davon abzugrenzen sind Beiträge, die starken Ereignis- oder Meldungscharakter haben, ohne jedoch eine Einordnung vorzunehmen. Interpretationsleistung setzt am Beitragsformat an und misst sich an der Vermittlung von Interpretationen, Meinungen und Positionen. Bei Porträts und Reportagen liegt der Fokus auf der interpretativen Darstellung und der verstehenden Analyse. In meinungsbetonten Formaten wie Kommentaren, Interviews oder Blogs werden subjektive Sichtweisen dargelegt und begründet. Ebenso ordnen redaktionelle Berichte Ereignisse und Sachverhalte interpretativ ein, indem sie nicht nur über Ereignisse berichten, sondern unterschiedliche und kontroverse Standpunkte abwägen. Diesen Beitragsformaten kann daher hohe Qualität im Sinne der Interpretationsleistung bescheinigt werden. Geringe Interpretationsleistungen eines Medientitels liegen hingegen dann vor, wenn die Beiträge aus zugelieferten Inhalten bestehen (z.B. Agenturberichte).

Professionalität

Die Dimension der Professionalität speist sich aus den Indikatoren Sachlichkeit, Quellentransparenz und Eigenleistung. Sachlichkeit erfasst den dominierenden Argumentationsstil eines Beitrags. Ein Beitrag kann rational argumentierend, d.h. Argumente abwägend (kognitiv-normativ), oder aber affektiv oder gar polemisch verfasst sein (moralisch-emotional). Beiträge mit überwiegend kognitiv-normativem Argumentationsstil werden für den Indikator der Sachlichkeit besser bewertet als moralisch-emotional argumentierende Beiträge. Die Quellentransparenz rekurriert auf das professionelle Gebot der Offenlegung der Autorschaft eines Beitrags sowie der verwendeten Quellen. Quellentransparenz ist gegeben, wenn ein Beitrag gezeichnet ist, sei es mit vollem Autorennamen, Kürzel, Redaktions- oder Agenturverweis. Quellentransparenz ist nicht gegeben, wenn die Zeichnung fehlt. Zur

Bestimmung der Eigenleistung wird das Beitragsformat herangezogen. Qualität wird einem Medientitel zugeschrieben, wenn die journalistische Leistung tatsächlich in der Redaktion erbracht wird und diese somit professionelle Leistungsfähigkeit beweist. Redaktionelle Eigenleistung wird deshalb besser bewertet als die Wiedergabe von Agenturmeldungen. Texte von Gastautoren oder externen Experten sowie Beiträge, die in titelübergreifenden Redaktionskooperationen entstehen, erhalten mittlere Qualitätswerte.

Vielfalt

Die Dimension der Vielfalt speist sich aus den Indikatoren der inhaltlichen und der geografischen Vielfalt. Inhaltliche Vielfalt erfasst, in welcher Verteilung bestimmte Kategorienkombinationen aus Gesellschaftssphäre (Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Human Interest), Sozialebene (Institutionen und Systeme, Organisationen, Personen) und Berichterstattungsweisen (episodisch-ereignisbezogen vs. thematisch-einordnend) in einem Medium vorkommen. Um die inhaltliche Vielfalt quantifizieren zu können, muss

eine Referenzverteilung der Kategorienkombinationen bestimmt werden. Diese Verteilung der Kategorienkombinationen soll eine normativ zu begründende Idealverteilung abbilden, aber gleichzeitig auch eine empirisch-realistische Vorgabe sein, welche die General-Interest-Medien erreichen können. Die Definition der Idealverteilung sieht ein ausgeglichenes Verhältnis von acht Kategorienkombinationen vor: 1) Politiksystem: Ereignisse; 2) Politiksystem: Hintergründe; 3) Politik: Organisationen; 4) Politik: Personen; 5) Wirtschaft: System 6) Wirtschaft: Unternehmen und Personen; 7) Kultur; 8) Sport und Human Interest. Die Quantifizierung der Vielfalt erfolgt auf der Basis der Formel für den Shannon-Index, ein Vielfaltsmass, das die Verteilung von Anteilswerten zu einem Indexwert verrechnet. Der Indikator geografische Vielfalt misst, ob über nationale, internationale und multinationale Ereignisse ausgeglichen berichtet wird. Geografische Vielfalt wird nicht für alle Medientitel erhoben (vgl. Kapitel «Methodik»; fög 2019). Für die vorliegende Analyse wird somit nur die inhaltliche Vielfalt herangezogen. Statistische Tests zeigen jedoch, dass inhaltliche Vielfalt einen hinreichenden Indikator für die

	Score Gesamtqualität	Score Relevanz	Score Vielfalt	Score Einordnungsleistung	Score Professionalität
	B	B	B	B	B
(Konstante)	6,74 ***	5,85 ***	7,32 ***	5,74 ***	8,06 ***
Abonnement-Online	-0,41 **	-0,42 ***	0,23	0,37	-0,63 ***
Boulevardzeitungen	-2,30 ***	-2,02 ***	-3,86 ***	-0,86 *	-2,49 ***
Boulevard-Online	-1,85 ***	-1,71 ***	-2,33 ***	-1,07 ***	-2,30 ***
Öffentliches Fernsehen	1,13 ***	1,20 ***	1,45 ***	1,21 ***	0,65 **
Öffentliches Radio	1,49 ***	1,68 ***	1,76 ***	1,58 ***	0,93 ***
Pendlerzeitungen	-2,00 ***	-1,69 ***	-2,57 ***	-1,67 ***	-2,05 ***
Pendler-Online	-1,86 ***	-1,76 ***	-2,40 ***	-1,31 ***	-1,97 ***
Privatfernsehen	-1,25 ***	-0,65 ***	-3,02 ***	-0,75 ***	-0,58 **
Privatradio	-0,92 ***	0,25	-2,14 ***	-0,90 ***	-0,90 ***
Sonntag/Magazine	0,06	-0,35 *	-0,76 **	1,13 ***	0,27
SRG SSR-Online	0,3	0,68 ***	1,52 ***	-0,60 *	0,41
Jahr	-0,09 *	-0,08 *	-0,28 ***	-0,04	0,04
Adj. R ²	0,67	0,724	0,621	0,513	0,553

* p < 0,05 ** p < 0,01 *** p < 0,001

Darstellung 1: Lineare Regression für Qualitätsscore und Dimensionen des Scores

Die Darstellung zeigt die Resultate von linearen Regressionsmodellen für den Score der Gesamtqualität und die Scores der vier Qualitätsdimensionen mit jeweils den gleichen unabhängigen Variablen. Das Modell berücksichtigt n = 253 Medienqualitätsjahre und basiert auf den Beiträgen der Qualitätsanalyse des Jahrbuchs Qualität der Medien, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; n = 100'498 Beiträge). Referenzkategorie ist der Typ Abonnementzeitungen.

Lesbeispiel: Das Modell zeigt, dass das Jahr einen signifikant negativen Einfluss auf den Score der Vielfalt hat (B = -0,28; p < 0,001). Die Vielfalt nimmt somit über die Zeit ab.

Dimension Vielfalt darstellt.

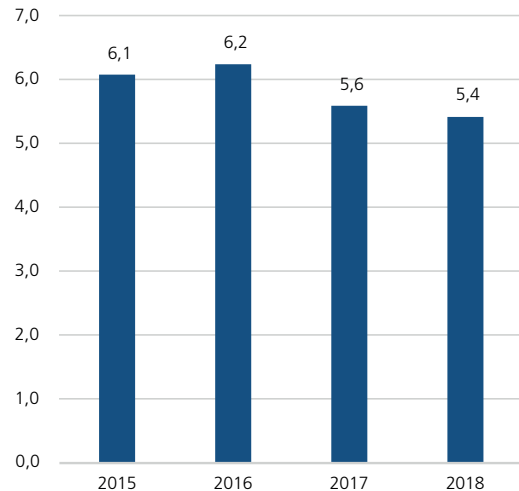
3 Resultate

Zur Analyse wurden multiple lineare Regressionsmodelle erstellt. Dazu wurden die Gesamtscores sowie die Scores der einzelnen Dimensionen und Indikatoren als abhängige Variablen jeweils mit den gleichen unabhängigen Faktoren erklärt. Um die Qualitätsentwicklung über die Zeit zu untersuchen, wurde das Jahr als metrische Variable in das Modell integriert. Als Kontrollvariable wurde die Zuweisung der Medientitel zu den Medientypen in das Modell integriert. Im folgenden Kapitel werden die Resultate der Berechnungen präsentiert. Zuerst wird die Entwicklung des Gesamtscores und der einzelnen Dimensionen über die Zeit dargestellt (vgl. Kapitel 3.1). Danach werden die einzelnen Dimensionen anhand ihrer Indikatoren hinsichtlich der zeitlichen Entwicklung weiter untersucht (vgl. Kapitel 3.2 bis 3.6).

Ausgewiesen werden jeweils die Werte des Regressionskoeffizienten B . Die B -Werte für die Jahresvariable geben an, ob sich die Qualität über die Zeit hinweg positiv oder negativ entwickelt. Die B -Werte für die Medientypen zeigen, ob sich die Werte positiv oder negativ von den gedruckten Abonnementszeitungen, die als Referenzkategorie definiert wurden, unterscheiden, und zwar unabhängig von der zeitlichen Entwicklung. Die mit Sternchen markierten Werte sind signifikant. Nur diese dürfen belastet werden.

3.1 Gesamtscore und Dimensionen

In einem ersten Schritt wurde die Entwicklung des Gesamtscores und der vier Dimensionen über die Zeit untersucht (vgl. Darstellung 1). Der Gesamtscore nimmt über die Zeit leicht, aber signifikant ab ($B = -0,09$; $p = 0,028$). Gleichzeitig lässt sich sagen, dass in der Dimension der Einordnungsleistung ($B = -0,04$; $p = 0,432$) und der Professionalität ($B = 0,04$; $p = 0,363$) keine signifikanten Verluste oder sogar Zugewinne messbar sind. Die Schweizer Medien können ihre Qualität in diesen beiden Dimensionen also konstant halten. Die leichten Verluste im Gesamtscore müssen daher über Einbussen in der Dimension der Relevanz



Darstellung 2: Qualitätsdimension Vielfalt im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die zeitliche Entwicklung der Qualitätsdimension Vielfalt. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; $n = 100'498$ Beiträge).

Lesebeispiel: Die Vielfalt der Berichterstattung ist im Zeitverlauf rückläufig. Zwischen 2016 und 2018 ist der Wert um 0,8 Scorepunkte auf 5,4 gesunken.

($B = -0,08$; $p = 0,021$) und insbesondere der Vielfalt ($B = -0,28$; $p < 0,001$) erklärt werden. Besonders in der Dimension der Vielfalt hat sich die Qualität der Berichterstattung signifikant verschlechtert (vgl. Darstellung 2).

Einen grossen Effekt haben die einzelnen Medientypen, die in den Modellen als Kontrollvariablen berücksichtigt sind (vgl. Darstellung 1). Sie erklären einen hohen Anteil der Varianz, sind also für die relativ hohe Modellgüte (R^2 -Werte) verantwortlich. Im synchronen Vergleich mit den gedruckten Abonnementszeitungen, die im Modell als Referenzkategorie fungieren, schneiden insbesondere die Sendungen des öffentlichen Fernsehens und Radios in allen Dimensionen besser ab. Boulevardangebote, Pendlerzeitungen und der private Rundfunk schneiden in der Regel schlechter ab als die gedruckten Abonnementszeitungen. Interessant sind die Typen Sonntagszeitungen/Magazine und SRG SSR-Online. Ersterer schneidet bei der Einordnungsleistung besser, in den Dimensionen Relevanz und Vielfalt hingegen in der Tendenz weniger gut ab. Bei den Portalen der SRG SSR ist es genau umgekehrt.

	Score Beitragsrelevanz B	Score Akteursrelevanz B
(Konstante)	7,58 ***	7,26 ***
Abonnement-Online	-0,37 **	-0,30 **
Boulevardzeitungen	-1,85 ***	-1,29 ***
Boulevard-Online	-1,55 ***	-1,21 ***
Öffentliches Fernsehen	1,00 ***	0,65 ***
Öffentliches Radio	1,48 ***	0,82 ***
Pendlerzeitungen	-1,52 ***	-1,19 ***
Pendler-Online	-1,62 ***	-1,27 ***
Privatfernsehen	-0,76 ***	-0,33 **
Privatradio	0,03	0,23
Sonntag/Magazine	0,25	-0,26 *
SRG SSR-Online	0,67 ***	0,2
Jahr	-0,09 **	0,03
Adj. R ²	0,71	0,66

* p < 0,05 ** p < 0,01 *** p < 0,001

Darstellung 3: Lineare Regression für die Qualitätsindikatoren der Dimension Relevanz

Die Darstellung zeigt die Resultate von linearen Regressionsmodellen für die Scores jener Indikatoren, welche die Qualitätsdimension Relevanz definieren. Das Modell berücksichtigt n = 253 Medienqualitätsjahre und basiert auf den Beiträgen der Qualitätsanalyse des Jahrbuchs Qualität der Medien, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; n = 100'498 Beiträge). Referenzkategorie ist der Typ Abonnementszeitungen.

Lesebeispiel: Das Modell zeigt, dass das Jahr einen signifikant negativen Einfluss auf den Score der Beitragsrelevanz hat (B = -0,09; p = 0,003). Die Beitragsrelevanz nimmt somit über die Zeit ab.

Die Einordnungsleistung ist schlechter als bei den Abonnementszeitungen, die Relevanz und Professionalität hingegen besser.

3.2 Relevanz

Für die Dimension der Relevanz konnte insgesamt eine leicht negative Entwicklung gemessen werden (vgl. Darstellung 3). Wenn man sich die Indikatoren der Dimension anschaut, zeigt sich, dass lediglich die Beitragsrelevanz (B = -0,09; p = 0,003) von der Negativentwicklung betroffen ist. Die Schweizer Medien bauen also ihre Softnewsanteile im Zeitverlauf aus. Die Akteursrelevanz nimmt hingegen eher zu, wenn auch nicht statistisch signifikant (B = 0,03; p = 0,298). Die Gewichtung von Makro-, Meso- und Mikroebene in der Berichterstattung verändert sich über die Zeit somit nicht. Interessant ist, dass hinsichtlich Relevanz das Privatradio gleich gut abschneidet wie die Abon-

nementszeitungen. Die Nachrichtensendungen des privaten Radios sind zwar kurz, fokussieren aber in der Regel stark auf Hardnews. Schliesslich dienen die Nachrichtenblöcke dem Zweck, der Hörerschaft möglichst prägnant die wichtigsten Ereignisse des Tages zu vermitteln.

3.3 Vielfalt

In der Dimension der Vielfalt zeigen sich von 2015 zu 2018 signifikante Qualitätseinbussen. Somit ist die Vielfalt die einzige Dimension, die sich über die Zeit hinweg deutlich verschlechtert. Diese Entwicklung wird durch die abnehmende inhaltliche Vielfalt erklärt (B = -0,20; p < 0,001) (vgl. Darstellung 4). Im synchronen Typenvergleich zeigt sich, dass der öffentliche Rundfunk sowie die Portale der SRG SSR überdurchschnittlich gut abschneiden. Aufgrund des starken Fokus auf Human Interest und Sport fallen die Werte für Boulevard- und Gratisme-

	Score Inhaltliche Vielfalt B
(Konstante)	8,09 ***
Abonnement-Online	-0,56 *
Boulevardzeitungen	-4,11 ***
Boulevard-Online	-3,03 ***
Öffentliches Fernsehen	1,08 ***
Öffentliches Radio	1,30 ***
Pendlerzeitungen	-3,16 ***
Pendler-Online	-3,02 ***
Privatfernsehen	-1,79 ***
Privatradio	-0,94 **
Sonntag/Magazine	-0,59 *
SRG SSR-Online	1,04 **
Jahr	-0,20 **
Adj. R ²	0,652

* p < 0,05 ** p < 0,01 *** p < 0,001

Darstellung 4: Lineare Regression für den Qualitätsindikator der Dimension Vielfalt

Die Darstellung zeigt die Resultate von linearen Regressionsmodellen für den Score jenes Indikators, welcher die Qualitätsdimension Vielfalt definiert. Das Modell berücksichtigt n = 253 Medienqualitätsjahre und basiert auf den Beiträgen der Qualitätsanalyse des Jahrbuchs Qualität der Medien, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; n = 100'498 Beiträge). Referenzkategorie ist der Typ Abonnementszeitungen.

Lesebeispiel: Das Modell zeigt, dass das Jahr einen signifikant negativen Einfluss auf den Score der inhaltlichen Vielfalt hat (B = -0,20; p < 0,001). Die inhaltliche Vielfalt nimmt somit über die Zeit ab.

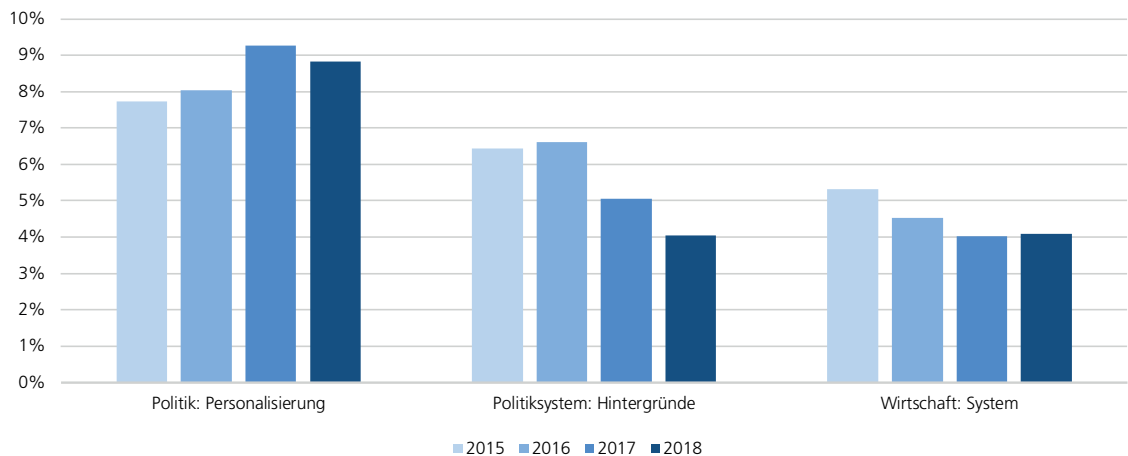
	Anteil Politiksystem: Hintergründe B	Anteil Politiksystem: Ereignisse B	Anteil Politik: Organisationen B	Anteil Politik: Personen B	Anteil Wirtschaft: System B	Anteil Wirtschaft: Org., Personen B	Anteil Kultur B	Anteil Human Interest B	Anteil Sport B
(Konstante)	7,41 ***	12,99 ***	5,65 ***	6,42 ***	5,37 ***	9,24 ***	15,14 ***	18,07 ***	19,71 ***
Abonnement-Online	0,66	-3,07 ***	0,52	0,42	0,05	0,2	0,98	11,46 ***	-8,22 ***
Boulevardzeitungen	-3,74 **	-7,61 ***	-3,65 ***	-1,77	-1,97 *	-2,71 *	-7,00 ***	13,52 ***	14,92 ***
Boulevard-Online	-3,16 **	-7,05 ***	-2,35 ***	-1,81 *	-1,59 *	-1,27	-4,92 ***	27,87 ***	-5,71 **
Öffentliches Fernsehen	9,35 ***	5,97 ***	1,31 *	7,93 ***	0,8	-2,66 ***	-5,33 ***	-6,74 **	-10,63 ***
Öffentliches Radio	7,16 ***	10,52 ***	3,69 ***	6,32 ***	3,56 ***	0,67	-6,86 ***	-10,14 ***	-13,59 ***
Pendlerzeitungen	-4,07 ***	-5,43 ***	-2,93 ***	-2,79 ***	-1,15	0,05	-2,08	20,22 ***	-1,81
Pendler-Online	-3,23 ***	-7,23 ***	-3,11 ***	-2,15 **	0,98	-1,73 *	-4,62 ***	31,18 ***	-8,13 ***
Privatfernsehen	-2,99 ***	3,62 ***	1,77 ***	0,22	0,86	0,35	-7,85 ***	15,04 ***	-8,16 ***
Privatradio	-2,61 **	9,84 ***	1,88 ***	0,93	1,94 **	0,74	-10,28 ***	3,99	-4,95 **
Sonntag/Magazine	3,18 ***	-6,53 ***	-1,37 **	1,42 *	0,83	0,47	1,96	3,33 *	-2,37
SRG SSR-Online	0,44	7,40 ***	2,90 ***	4,67 ***	0,98	1,23	-4,38 **	3,04	-16,27 ***
Jahr	-0,89 ***	-0,04	0,11	0,44 **	-0,44 ***	-0,13	-0,29	1,66 ***	-0,43
Adj. R ²	0,592	0,729	0,534	0,54	0,229	0,066	0,4	0,711	0,47

* p < 0,05 ** p < 0,01 *** p < 0,001

Darstellung 5: Lineare Regression für die Berichterstattungsanteile des Qualitätsindikators inhaltliche Vielfalt

Die Darstellung zeigt die Resultate von linearen Regressionsmodellen für die Anteile jener Beitragskategorien, welche zur Vielfaltsmessung beigezogen werden. Das Modell berücksichtigt n = 253 Medienqualitätsjahre und basiert auf den Beiträgen der Qualitätsanalyse des Jahrbuchs Qualität der Medien, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; n = 100'498 Beiträge). Referenzkategorie ist der Typ Abonnementszeitungen.

Lesebeispiel: Das Modell zeigt, dass das Jahr einen signifikant negativen Einfluss auf die Anteile an Beiträgen über politische Hintergründe hat (B = -0,89; p < 0,001). Diese Beitragskategorie nimmt somit über die Zeit ab, während beispielsweise der Anteil an Human Interest steigt.



Darstellung 6: Hardnewsanteile im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die Verschiebung der Berichterstattungscluster im Hardnewsbereich. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; n = 100'498 Beiträge).

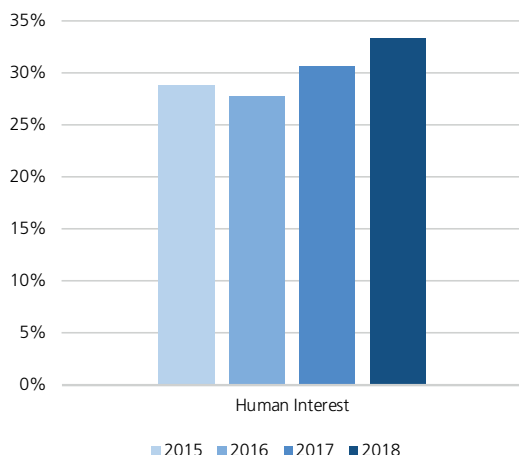
Lesebeispiel: Während die Berichterstattungsanteile an personalisierten Politiknachrichten wachsen, schrumpft die Hintergrundberichterstattung über politische und wirtschaftliche Vorgänge.

dien besonders tief aus.

Betrachtet man die Entwicklung der einzelnen Beitragscluster, aus denen der Indikator der inhaltlichen Vielfalt berechnet wird, können über die Zeit vier signifikante Veränderungen gemessen werden (vgl. Darstellung 5). Die Hintergrundberichterstattung über das Politiksystem ($B = -0,89$; $p < 0,001$) sowie die Berichterstattung über das Wirtschaftssystem ($B = -0,44$; $p = 0,001$) nehmen über die Zeit hinweg ab (vgl. Darstellung 6). Auf Personen fokussierte Beiträge über Politik wurden hingegen vermehrt ($B = 0,44$; $p = 0,003$) publiziert. Vor allem aber hat die Menge an Beiträgen zu Human-Interest-Themen ($B = 1,66$; $p < 0,001$) zugenommen (vgl. Darstellung 7). Da das Scoring der inhaltlichen Vielfalt eine Gleichverteilung zwischen den Clustern als bestmögliche Verteilung belohnt, wirkt sich diese einseitige Verschiebung hin zu Human Interest negativ auf den Score aus.

3.4 Einordnungsleistung

Wenn man sich die beiden Indikatoren für die Dimension der Einordnungsleistung – Themenorientierung und Interpretationsleistung – anschaut, kann eine gegenläufige Bewegung fest-



Darstellung 7: Softnewsanteile im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt, wie sich die Berichterstattungsanteile über Human-Interest-Themen im Zeitverlauf entwickeln. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; $n = 100'498$ Beiträge).

Lesebeispiel: 2018 vermittelt ein Drittel (33%) der Beiträge Softnews (Human-Interest-Themen). 2015 war der Anteil noch geringer (29%).

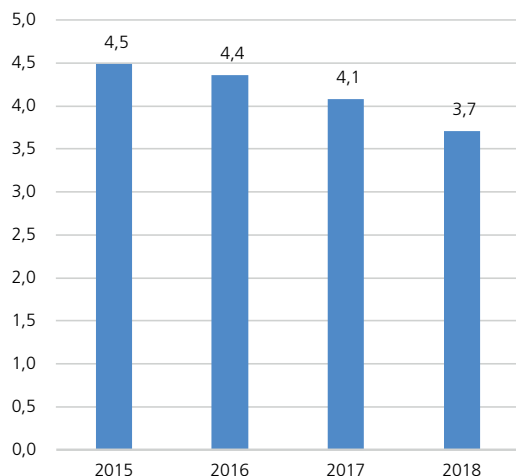
	Score Themenorientierung	Score Interpretationsleistung
	B	B
(Konstante)	5,14 ***	6,61 ***
Abonnement-Online	0,24	-0,63 **
Boulevardzeitungen	-1,16 *	0,5
Boulevard-Online	-1,51 ***	-0,77 *
Öffentliches Fernsehen	1,76 ***	0,69 *
Öffentliches Radio	2,15 ***	1,09 ***
Pendlerzeitungen	-2,07 ***	-1,31 ***
Pendler-Online	-1,87 ***	-0,88 **
Privatfernsehen	-1,67 ***	0,1
Privatradio	-1,78 ***	-1,00 ***
Sonntag/Magazine	1,22 ***	0,97 ***
SRG SSR-Online	-0,80 *	0,53
Jahr	-0,27 ***	0,14 *
Adj. R ²	0,549	0,364

* $p < 0,05$ ** $p < 0,01$ *** $p < 0,001$

Darstellung 8: Lineare Regression für die Qualitätsindikatoren der Dimension Einordnungsleistung

Die Darstellung zeigt die Resultate von linearen Regressionsmodellen für die Scores jener Indikatoren, welche die Qualitätsdimension Einordnungsleistung definieren. Das Modell berücksichtigt $n = 253$ Medienqualitätsjahre und basiert auf den Beiträgen der Qualitätsanalyse des Jahrbuchs Qualität der Medien, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; $n = 100'498$ Beiträge). Referenzkategorie ist der Typ Abonnementszeitungen. *Lesebeispiel:* Das Modell zeigt, dass das Jahr einen signifikant negativen Einfluss auf den Score der Themenorientierung und einen signifikant positiven Einfluss auf die Interpretationsleistung hat ($B = -0,27$; $p < 0,001$ bzw. $B = 0,14$; $p = 0,011$). Die Themenorientierung nimmt somit über die Zeit ab, während die Interpretationsleistung steigt.

gestellt werden (vgl. Darstellung 8). Zugewinne bzw. Verluste der Indikatoren heben sich auf, was zu einer konstanten Entwicklung auf Ebene der Dimension führt. Die Werte für die Themenorientierung ($B = -0,27$; $p < 0,001$) nehmen signifikant ab (vgl. Darstellung 9). Es wird also weniger thematische Einordnung in der Berichterstattung geleistet, d.h., die Hintergrundberichterstattung nimmt ab. Die Werte für die Interpretationsleistung nehmen hingegen zu ($B = 0,14$; $p = 0,011$). Meinungsorientierte Formate gewinnen folglich in der Berichterstattung an Bedeutung. In Sonntagszeitungen und Magazinen sowie im öffentlichen Rundfunk ist die Interpretationsleistung besonders hoch. Die Boulevardzeitungen bewegen sich auf dem gleichen Niveau wie die Abonnementszeitungen, was die Interpretationsleistung anbelangt.



Darstellung 9: Qualitätsindikator Themenorientierung im Zeitverlauf

Die Darstellung zeigt die zeitliche Entwicklung des Qualitätsindikators Themenorientierung. Datengrundlage bilden alle Beiträge der Qualitätsanalyse, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; n = 100'498 Beiträge). *Lesebeispiel:* Die Themenorientierung ist im Zeitverlauf rückläufig. Zwischen 2015 und 2018 ist der Wert um 0,8 Scorepunkte auf 3,7 gesunken.

3.5 Professionalität

Bezüglich Professionalität können die Schweizer Medien ihre Qualität konstant halten (vgl. Darstellung 10). Das heisst, es zeigen sich über die Zeit keine signifikanten Veränderungen. Erwartungsgemäss zeigt sich im synchronen Vergleich, dass Boulevard- und Penderlmedien deutlich weniger sachlich berichten als andere Medientypen. Doch auch die Sonntagszeitungen und Magazine benutzen öfters den moralisch-emotionalen Argumentationsstil in ihrer Berichterstattung. Bezüglich der Eigenleistung schneiden neben dem öffentlichen Rundfunk und den Sonntagszeitungen und Magazinen auch die Boulevardzeitungen gut ab.

4 Fazit

Diese Studie zeigt, dass die untersuchten Angebote nur leicht an Qualität verlieren und dass nicht alle

Qualitätsdimensionen gleichermassen betroffen sind. Besonders hinsichtlich der Professionalität kann den Schweizer Informationsmedien ein gutes Zeugnis ausgestellt werden. Grundlegende journalistische Normen, die Bestandteil redaktioneller Leitbilder und der journalistischen Ausbildung sind, werden über den gesamten Untersuchungszeitraum hochgehalten. Solche professionellen Standards sind wichtig, weil sie das Vertrauen in die Medien stärken (Blöbaum 2014, S. 35f.). Dieser Befund muss vor dem Hintergrund der aktuellen strukturellen Krise im Informationsjournalismus positiv bewertet werden.

Interessant sind die Ergebnisse für die Qualitätsdimension der Einordnungsleistung. In der Summe bleibt diese Dimension konstant – doch die beiden Indikatoren (Themenorientierung und Interpretationsleistung) für die Einordnungsleistung entwickeln sich über die Zeit unterschiedlich. Einerseits zeigt sich eine sinkende Themenorientierung. Schweizer Informationsmedien leisten somit im Zeitverlauf weniger häufig eine erklärende Hintergrundberichterstattung oder umfassende Reflexionen zu komplexen Phänomenen. Der Ressourcenverlust macht sich hier bemerkbar, denn Rechercheleistung sowie die Vermittlung von Hintergründen sind bekanntermassen besonders ressourcenintensiv. Andererseits kann eine wachsende Interpretationsleistung gemessen werden. Das heisst, dass die Anteile an meinungsbetonten Formaten in den Schweizer Informationsmedien zunehmen. Dieses Ergebnis ist kontrovers zu bewerten. Meinungsformate – auch wenn sie sich häufig auf subjektive Experteneinschätzungen beziehen – schaffen durchaus Einordnung für die Nutzerinnen und Nutzer. Insbesondere Kommentare zu politischen Sachfragen, etwa im Vorfeld von Volksinitiativen, bieten Orientierungshilfen. Eine Zunahme von Meinungsjournalismus wird aber dann dysfunktional, wenn dieser auf Kosten einer thematischen Einordnung geschieht. Gerade die klassische journalistische Recherche, welche eine argumentativ schlüssige Auslegeordnung von Fakten bietet, erfordert hohen Ressourceneinsatz. Eine Voraussetzung, die aufgrund zunehmender Sparmassnahmen in Redaktionen immer seltener gegeben ist. Damit wächst die Gefahr, rasch zu produzierende Meinungsformate auszubauen und aufwendige journalistische

	Score Sachlichkeit	Score Eigenleistung	Score Quellentransparenz
	B	B	B
(Konstante)	9,60 ***	7,60 ***	9,23 ***
Abonnement-Online	0,08	-1,47 ***	0,3
Boulevardzeitungen	-2,48 ***	0,78 *	-1,39 ***
Boulevard-Online	-1,94 ***	-1,38 ***	0,03
Öffentliches Fernsehen	0,23	1,00 ***	0,14
Öffentliches Radio	0,4	0,63 *	0,51 *
Pendlerzeitungen	-1,39 ***	0,1	-1,68 ***
Pendler-Online	-1,64 ***	-1,12 ***	0,08
Privatfernsehen	0,34	0,21	-0,77 ***
Privatradio	0,4	-2,05 ***	-0,50 *
Sonntag/Magazine	-0,75 ***	0,93 ***	0,09
SRG SSR-Online	0,31	-1,63 ***	0,23
Jahr	0,04	0,08	0,09
Adj. R ²	0,497	0,522	0,299

* p < 0,05 ** p < 0,01 *** p < 0,001

Darstellung 10: Lineare Regression für die Qualitätsindikatoren der Dimension Professionalität

Die Darstellung zeigt die Resultate von linearen Regressionsmodellen für die Scores jener Indikatoren, welche die Qualitätsdimension Professionalität definieren. Das Modell berücksichtigt n = 253 Medienqualitätsjahre und basiert auf den Beiträgen der Qualitätsanalyse des Jahrbuchs Qualität der Medien, die mittels Zufallsstichprobe für die Jahre 2015, 2016, 2017 und 2018 ausgewählt wurden (64 Informationsmedien; n = 100'498 Beiträge). Referenzkategorie ist der Typ Abonnementszeitungen.

Lesebeispiel: Das Modell zeigt, dass das Jahr keinen signifikanten Einfluss auf die Qualitätsindikatoren der Dimension Professionalität hat. Die Professionalität der Beiträge bleibt somit über die Zeit stabil.

Recherche von Fakten und Hintergründen abzubauen.

Mit Blick auf die beiden verbleibenden Qualitätsdimensionen Relevanz und Vielfalt zeigen sich über die Zeit signifikante Verschlechterungen. Hinsichtlich Relevanz ist der Befund etwas weniger stark ausgeprägt. Dennoch wird ersichtlich, dass die Anteile an relevanter Hardnews-Berichterstattung gesunken sind bzw. der Fokus auf Human-Interest-Stories zugenommen hat. Diese Umschichtung zwischen Hard- und Softnews ist gleichzeitig der Haupttreiber für den signifikanten Verlust an Vielfalt innerhalb der Schweizer Medienberichterstattung. Dieser drückt sich erstens wie erwähnt durch eine noch deutlichere Schwerpunktsetzung auf Softnews aus. Zweitens entstehen innerhalb des Hardnewsbereichs ebenfalls zunehmende Ungleichge-

wichte. Es werden vermehrt Personen ins Zentrum der Politikberichterstattung gerückt. Dieser Fokus geht zulasten einer erklärenden, einordnenden Vermittlung des politischen und ökonomischen Geschehens auf Systemebene.

Der in dieser Studie konstatierte Vielfaltsverlust vollzieht sich gegenwärtig auch auf anderer Ebene. Erstens muss ein struktureller Vielfaltsverlust festgestellt werden. Aufgrund von Betriebseinstellungen und Konzentrationsprozessen kontrollieren immer weniger Unternehmen den Schweizer Medienmarkt (vgl. fög 2018, S. 42f.). Zweitens findet eine Reduktion des publizistischen Angebots in der Medienarena statt. So führt die Etablierung von Zentralredaktionen dazu, dass immer mehr Titel regionenübergreifend mit gleichen Inhalten versorgt werden. Das Gesamtangebot an Informationspublizistik nimmt dadurch ab und der publizistische Wettbewerb im Meinungs- und Lesermarkt findet immer weniger statt (vgl. fög 2018, S. 52f.).

Die Befunde dieser Studie verdeutlichen, dass die Krise im Schweizer Medienwesen nicht spurlos am professionellen Informationsjournalismus vorbeigeht. Die schwindenden Ressourcen in den Redaktionen, seien sie durch Stellenabbau oder Kooperationsprojekte erfolgt, wirken sich auf die Berichterstattungsqualität aus. Da Medienqualität ein Zusammenspiel verschiedener Dimensionen ist, bleibt sie gesamthaft zwar nahezu stabil. Qualitätseinbussen zeigen sich jedoch auf der Ebene einzelner Qualitätsdimensionen bzw. -indikatoren. So insbesondere bei der Vermittlung von Hintergründen (Themenorientierung): Die gemessene Zunahme an rasch produzierbaren, stärker auf Personen fokussierenden und wenig einordnenden News muss dabei als direkte Antwort auf den journalistischen Ressourcenabbau gedeutet werden. Die Befunde zum öffentlichen Rundfunk untermauern diese These. Medien des Service public stehen aufgrund ihrer Finanzierung über Gebühren weniger unter ökonomischem Druck als private Medienunternehmen. Dabei erzielen sie über sämtliche Dimension hinweg die höchsten Qualitätswerte. Journalistische Ressourcen können demnach als entscheidender Faktor für qualitativ hochstehende Nachrichtenangebote erachtet werden. Entsprechend erscheint es äusserst relevant, den Informationsjournalismus

ausreichend mit finanziellem und personellem Kapital auszustatten, damit er seine publizistische Verantwortung gegenüber der Gesellschaft nachhaltig wahrnehmen kann.

Literatur

- Arnold, Klaus, 2008: Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept, in: *Publizistik*, Vol. 53(4), 488–508.
- Blöbaum, Bernd, 2014: *Trust in Journalism in a Digital Environment*, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism / University of Oxford. Abgerufen unter: <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:1db59385-cdf4-4c00-8373-a940629922a1> (Stand: 23.7.2019).
- Dunaway, Johanna, 2008: Markets, Ownership, and the Quality of Campaign News Coverage, in: *The Journal of Politics*, Vol. 70(4), 1193–1202.
- Engesser, Sven, 2013: Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fahr, Andreas, 2001: *Katastrophale Nachrichten? Eine Analyse der Qualität von Fernsehnachrichten*, München: R. Fischer.
- föG – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.), 2019: *Jahrbuch 2019 Qualität der Medien*. Schweiz – Suisse – Svizzera, Basel: Schwabe.
- föG – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.), 2018: *Jahrbuch 2018 Qualität der Medien*. Schweiz – Suisse – Svizzera, Basel: Schwabe.
- föG – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.), 2015: *Jahrbuch 2015 Qualität der Medien*. Schweiz – Suisse – Svizzera, Basel: Schwabe.
- Gurevitch, Michael / Blumler, Jay G., 1990: *Communication Systems and Democratic Values*, in: *Democracy and the Mass Media*, hg. von Judith Lichtenberg. Cambridge: Cambridge University Press, S. 269–289.
- Imhof, Kurt, 2011: *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*, Frankfurt am Main: Campus.
- Jarren, Otfried, 2002: Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien, in: *M&K*, Vol. 48(1), 22–41.
- Kleinen-von KönigsLöw, Katharina, 2010: *Die Arenen-Integration nationaler Öffentlichkeiten. Der Fall der wiedervereinten deutschen Öffentlichkeit*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- McQuail, Denis, 1992: *Media Performance*. Mass Communication and the Public Interest, London: Sage.
- Meyen, Michael / Jandura, Olaf, 2011: Das Publikum der Qualitätsmedien. Eine repräsentative Studie zu Reichweite, sozialer Verortung und Nutzungsmotiven, in: *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien*, hg. von Roger Blum / Heinz Bonfadelli / Kurt Imhof / Otfried Jarren. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 207–220.
- Neuberger, Christoph, 2011: Definition und Messung publizistischer Qualität im Internet. Herausforderungen des Drei-Stufen-Tests, Berlin: Vistas.
- Neuberger, Christoph, 1996: Journalismus als Problembearbeitung. Objektivität und Relevanz in der öffentlichen Kommunikation, Konstanz: UVK.
- Plasser, Fritz, 2005: From Hard to Soft News Standards? How Political Journalists in Different Media Systems Evaluate the Shifting Quality of News, in: *Press/Politics*, Vol. 10(2), 47–68.
- Rössler, Patrick, 2007: Media Content Diversity: Conceptual Issues and Future Directions for Communication Research, in: *Annals of the International Communication Association*, Vol. 31(1), 464–520.
- Schatz, Heribert / Schulz, Winfried, 1992: Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem, in: *Media Perspektiven*, Vol. 11/1992, 690–712.
- Schudson, Michael, 2001: The Objectivity Norm in American Journalism, in: *Journalism*, Vol. 2(2), 149–170.
- Stifterverein Medienqualität Schweiz, 2018: *Medienqualitätsrating (MQR-18)*. Abgerufen unter: <https://www.mqr-schweiz.ch/de/> (Stand: 25.7.2019).
- Trebbe, Joachim / Woelke, Jens, 2011: Von den Schwierigkeiten, Fernsehqualität zu definieren und zu messen, in: *Programmbericht Fernsehen in Deutschland 2010. Programmforschung und Programmdiskurs*, hg. von Die Medienanstalten. Berlin: Vistas, S. 205–213.
- Urban, Juliane / Schweiger, Wolfgang, 2014: News Quality from the Recipients' Perspective, in: *Journalism Studies*, Vol. 15(6), 821–840.
- Wessler, Hartmut, 2008: Investigating Deliberativeness Comparatively, in: *Political Communication*, Vol. 25(1), 1–22.
- Zerback, Thomas, 2013: *Publizistische Vielfalt. Demokratischer Nutzen und Einflussfaktoren*, Konstanz/München: UVK.

Das *Jahrbuch Qualität der Medien* und die begleitenden *Studien Qualität der Medien* erscheinen seit 2010. Die Herausgeber setzen sich zum Ziel, das Qualitätsbewusstsein auf Seiten des Publikums wie bei den Medienmachern in allen drei Landesteilen der Schweiz zu stärken. Deshalb veröffentlichen sie jährlich aktuelle Kennzahlen und Analysen über die Nutzung, die Qualität und die Finanzierung von Schweizer Informationsmedien. Das *Jahrbuch Qualität der Medien* ist das Einzige seiner Art. In keinem anderen Land gelang es Wissenschaftlern, ein so umfangreiches Projekt über einen so langen Zeitraum mit annähernd gleichem Bekanntheitsgrad in der Gesellschaft zu etablieren.

Mehr über das Projekt: www.qualitaet-der-medien.ch